

*Е.Л. Зданович, М.Н. Емельянчик, 2 курс*

*Научный руководитель – С.В. Чернорук, старший преподаватель  
Полесский государственный университет*

Контрафакт – новый продукт, созданный на основе существующего оригинала с нарушением интеллектуальных прав.

Виды контрафакта:

1. Использование чужого логотипа или настолько похожего, что их легко перепутать. Например, вместо «Gucci» — «Guchi». В таком случае, производители подделок имеют возможность отрицать факт контрафакта тем, что оригинальное имя не использовалось, при этом рядовой покупатель часто не знает, как точно выглядит искомый логотип, и опирается при покупке на смутно знакомую картинку.

2. Подделка внешнего вида товара, его дизайнерских решений. Это актуально для таких вещей как предметы декора, мебель, одежда, наручные часы и т. д.

3. Незаконное использование мультимедиа–продукции, книг и компьютерных программ — нарушение авторского права, например, выпуск «пиратских дисков».

4. Незаконное использование запатентованных технических решений [1].

Контрафактная продукция наносит ущерб экономике страны, уменьшает выручки производителей, вынуждая сокращать объемы производства, и, кроме того, зачастую это прямая угроза здоровью, особенно в случае товаров для детей, усложненная система сертификации которых, к сожалению, не гарантирует их качества.

Анализ сложившейся тенденции на потребительском рынке, а также данные правоохранительных и контролирующих органов свидетельствуют о том, что доля контрафактной и фальсифицированной продукции увеличивается. По отдельным группам товаров таким, как парфюмерно–косметические, обувь одежда, синтетические моющие средства, мясные, молочные и рыбные консервы, чай, кофе и кондитерские изделия – от 30 до 50% находящихся из них в обращении являются контрафактными или фальсифицированными.

Производство и реализация контрафактной и фальсифицированной продукции представляют серьезную угрозу экономической безопасности, как Беларуси, так и стран ближнего зарубежья. По данным Исполнительного комитета Содружества Независимых Государств, имеют место исчисляемые значительными суммами не поступления налоговых платежей в национальные бюджеты. По оценкам специалистов, ежегодные убытки составляют: по Российской Федерации – около 3 млрд. долларов США, Украине – 1,5 млрд. долларов, Республике Беларусь, Республике Казахстан, Кыргызской Республике и Республике Молдова – от 0,5 до 1,4 млрд. долларов США.

Новые реалии информационного века и выход на рынок Китая, как одного из самых крупных игроков, привели к тому, что мировой объем торговли контрафактными товарами с 1993 года увеличился в 18 раз, причем более 65% этого роста приходится на долю Китая.

По данным ООН и Организации экономического сотрудничества и развития, годовой объем произведенной в 2014 г. контрафактной продукции составил около 250 млрд долларов. А по данным Европейской комиссии, в пятерку лидеров контрафакта входят: одежда, аксессуары, обувь (57 %); ювелирные изделия и часы (10 %); электрооборудование (7 %); лекарства (6 %); косметика (4 %). Среди этих товаров следует выделить те, подделка которых угрожает безопасности и здоровью людей и, следовательно, безопасности государств. Доходы от продажи поддельных лекарств в Юго–Восточную Азию и Африку ежегодно составляют около 1,6 млрд долларов [2].

Проблема контрафактной продукции уже многие годы остро стоит перед правообладателями и государством. Естественно, одними силовыми средствами ее решение невозможно. Все меры малоэффективны. Яркое свидетельство этому качество правоприменения. В настоящее время государство не в состоянии привлечь к ответственности потребителей контрафакта, ибо под суд при-

дется отдавать практически всю страну. Поэтому объектом правового воздействия являются реалитаторы и производители.

Решение проблемы контрафакта возможно исключительно путем разработки и проведения системного воздействия на контрафакт, включающего экономические, правовые и социальные инструменты регулирования на основе единства интересов всех субъектов при приоритете населения – как потребителя.

Экономическое регулирование, прежде всего, должно охватывать ценовое и налоговое направления, в которых необходимо предусмотреть:

- существенное снижение цен на лицензируемую продукцию;
- повышение цен на контрафактную продукцию на сумму специального налога;
- модернизацию налогообложения производства и реализации контрафакта;

Задача правового регулирования – это формирование четкой законодательной базы, предполагающей условия для рационализации торговли контрафактом, перевод ее со стихийных рельсов в организованное русло.

В заключение следует отметить, что силовое запрещение и ликвидация контрафакта в Республике Блараусь — самое неудачное решение. Оно автоматически приведет к новому гигантскому экономическому кризису: снижению объемов производства на 30–40%, росту безработицы до 40%, бурному распространению негативных массовых социальных последствиям. Стихийное функционирование контрафакта сдерживает социально–экономическое развитие страны, способствуя процветанию коррупции. Поэтому наиболее рациональный путь в настоящее время и на ближайшую перспективу для Беларуси как развивающейся страны — это комплексное социально–экономическое регулирование контрафакта.

#### **Список использованных источников**

1. Контрафакт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gruzdoff.ru/wiki/> – Дата доступа: 22.03.2016.
2. Понятие, виды, способы борьбы с контрафактной продукцией [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://works.doklad.ru/view/LpeZvo8xjxw/all.html>. – Дата доступа: 22.03.2016